

Національний університет водного господарства та
природокористування
Навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

ЗАТВЕРДЖУЮ

Голова науково-методичної
ради НУВГП
е-підпис Олег ЛАГОДНЮК

29.09.2021

06-13-25S

СИЛАБУС

навчальної дисципліни

Менеджмент продажів		Sales management
Шифр за ОП	БК 2.2.	Code in Educational Program
Освітній рівень: магістерський (другий)		Educational level: Master's (second)
Галузь знань Управління та адміністрування	07	Fields of knowledge Management and administration
Спеціальність Маркетинг	075	Speciality Marketing
Освітня програма: Маркетинг		Educational Program: Marketing

SYLLABUS

Рівне – 2021

Силабус навчальної дисципліни Менеджмент продажів для здобувачів вищої освіти ступеня «магістр», які навчаються за освітньо-професійною програмою «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг». Рівне. НУВГП. 2021. 9 стор.

ОПП на сайті університету: <http://ep3.nuwm.edu.ua/20999/>

Розробник силабусу:

Мальчик М.В., доктор економічних наук., професор кафедри маркетингу;

Коротун О.П., ст. викладач кафедри маркетингу

Силабус схвалений на засіданні кафедри маркетингу

Протокол № 1 від “25” серпня 2021 року

Завідувач кафедри: Мальчик М.В., д.економ.н., професор

Керівник (гарант) ОП: Мартинюк О.В., к.економ.н., доцент



Схвалено науково-методичною радою з якості ННІ економіки та менеджменту

Протокол № __ від “__” _____ 2021 року

Голова науково-методичної ради з якості ННІЕМ: Ковшун Н.Е., д.економ.н., професор

СЗ №-5038 в ЕДО

© Мальчик М.В.,
Коротун О.П., 2021
© НУВГП, 2021

ЗАГАЛЬНА ІНФОРМАЦІЯ*	
Ступінь вищої освіти	магістр
Освітня програма	Маркетинг
Спеціальність	075 Маркетинг
Рік навчання, семестр	1 рік навчання, 2 семестр
Кількість кредитів	4
Лекції:	20 години
Лабораторні заняття:	20 годин
Індивідуальна робота	-
Самостійна робота:	80 годин
Курсова робота:	ні
Форма навчання	денна/заочна
Форма підсумкового контролю	залік
Мова викладання	українська
ІНФОРМАЦІЯ ПРО ВИКЛАДАЧА*	
ПРОФАЙЛ ЛЕКТОРА	
	Мальчик Мар'яна Василівна доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу
Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Мальчик_Мар'яна_Василівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-0917-191X
Канали комунікації	m.malchuk@nuwm.edu.ua тел. +38-097-751-66-51 https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php
ПРОФАЙЛ АСИСТЕНТА	
	Коротун Ольга Петрівна, старший викладач кафедри маркетингу
Вікіситет	http://wiki.nuwm.edu.ua/index.php/Коротун_Ольга_Петрівна
ORCID	https://orcid.org/0000-0002-5628-8301
Канали комунікації	o.p.korotun@nuwm.edu.ua https://exam.nuwm.edu.ua/login/index.php

ПРО ДИСЦИПЛІНУ

Анотація навчальної дисципліни,

Сучасною тенденцією розвитку економіки є її еволюція в економіку споживача. Процеси, що відбуваються на споживчому ринку привели до змін покупця, який стає більш вимогливим, оскільки має можливість вибору не тільки товару, а й продавця, здатного забезпечити реалізацію очікуваного рівня споживчих переваг. В таких умовах переваги отримують ті суб'єкти торгівлі, які освоюють ринкові механізми менеджменту продажів. Сучасні технології продажів, побудовані на принципово іншому відношенні до покупця, зумовили зростання потреби у фахівцях з управління продажами.

Мета дисципліни «Менеджмент продажів» - вироблення навичок, що дозволяють застосовувати інструменти сучасних технологій продажів в роботі роздрібних торгових об'єктів.

Згідно з вимогами освітньо-професійної програми В результаті вивчення навчальної дисципліни студенти повинні

знати:

- сутність кардинальних змін в менеджменті продажів;
- принципи і закони мерчендайзингу;
- характеристику складових трирівневої концепції мерчендайзингу;
- особливості управління асортиментом;
- призначення і застосування POS-матеріалів в торговому залі;
- методи оцінки ефективності інструментів мерчендайзингу.

вміти:

- самостійно засвоювати і здобувати знання в галузі сучасних технологій продажів і розуміти їх вплив на кінцеві результати торговельної діяльності;
- розробляти і приймати обґрунтовані рішення в галузі застосування інструментів мерчендайзингу;
- управляти асортиментом на основі категорійного менеджменту;
- стимулювати роздрібні продажі;
- використовувати та впроваджувати сучасні інноваційні підходи в менеджменті продажів організаціях торгівлі;
- практично застосовувати інструменти мерчендайзингу в роботі роздрібних торгових об'єктів;
- давати оцінку оптимальності асортименту на основі застосування ABC- і XYZ-аналізу, крос-категоріального аналізу;
- оцінювати ефективність використання торгових площ;
- розробляти і обґрунтовувати заходи щодо стимулювання роздрібних продажів.

Посилання на розміщення навчальної дисципліни на навчальній платформі Moodle

<https://exam.nuwm.edu.ua/course/>

Компетентності	
<p>IK Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p>	
Програмні результати навчання	
<p>P4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>P14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>P16. Проводити маркетингову діяльність у відповідності до вимог системи екологічного управління відповідно міжнародним стандартам якості та безпечності.</p>	

СТРУКТУРА ТА ЗМІСТ ОСВІТНЬОГО КОМПОНЕНТА	
<i>Лекцій – 20 год., Практ. 20 год., Самостійна робота – 80 год.</i>	
Методи та технології навчання	Лекції, презентації, обговорення, ситуаційні вправи, дослідження
Засоби навчання	Мультимедіа, проекційна апаратура, інформаційно-комунікаційні системи, програмне забезпечення
ЛЕКЦІЙНІ, ПРАКТИЧНІ ТА ЛАБОРАТОРНІ ЗАНЯТТЯ	
Тема	
Кількість годин, результати навчання, література	Опис дисципліни
Тема 1. Теорія управління продажами	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 16 Література: [2,4,8,13]	Продажі як елемент комерційної діяльності: сутність, зміст, значення та класифікація. Управління продажами: сутність та організація, суб'єкти та об'єкти продажів.
Тема 2. Мерчандайзинг у роздрібній торгівлі	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [3,5,9,11]	Сутність і значення мерчандайзингу, його цілі і завдання. Принципи, закони, концепція мерчандайзингу. Портрет типового покупця. Психологічні аспекти поведінки окремих груп покупців в торговому залі магазину. Вибір місця розташування магазину.
Тема 3. Перший рівень концепції мерчандайзингу.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [3,4,9,10]	Зовнішній вигляд магазину. Прилегла територія магазину.
Тема 4. Другий рівень концепції мерчандайзингу	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [3,5,7,9]	Сучасні підходи до планувальних рішень магазину. Загальні вимоги до планувальних рішень магазину. Сегментація площі торгового залу.
Тема 5. Третій рівень концепції мерчандайзингу - викладка товарів.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год.	Поняття викладки товарів і точки продажів. Принципи і правила викладки. Основні концепції подання товару.

РН 4, 14,16 Література: [4, 7,12,]	Спеціальна викладка, її види, умови застосування. Рекомендації з викладення окремих видів товарів. Розробка і побудова планогам.
Тема 6. Управління розвитком асортименту	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [4,5,7,9,11]	Категорійний менеджмент - управління бізнес одиницями: поняття, завдання, аспекти. Товарна категорія: поняття, порядок формування. Товарний класифікатор і асортиментна матриця в управлінні асортиментом. Управління сезонними продажами (сезонний мерчандайзинг).
Тема 7. Стимулювання роздрібних продажів	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [2, 7, 8, 10]	Стимулювання роздрібних продажів: поняття, напрямки, засоби. Стимулювання кінцевих споживачів: сутність, напрямки, оцінка ефективності. Цінові методи стимулювання. Нецінові методи стимулювання. Характеристика і умови застосування POS-матеріалів.
Тема 8. Стратегія управління клієнтами	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [4,8,9, 12]	Організація процесу продажу. Підходи до здійснення продажу з боку продавців і покупців. Етапи активного продажу. Стили покупок і продажів. Стратегії управління клієнтами. Правила роботи з покупцями.
Тема 9. Стандартизація торгівельного обслуговування	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [3,4, 6, 8, 12]	Стандарти бізнес-процесів магазину. Поняття стандарту роботи магазину, його зміст, правила розробки та оформлення.
Тема 10. Контроль продажів та оцінка ефективності збутової діяльності.	
лекцій – 2 год. практ. – 2 год. РН 4, 14,16 Література: [3,4,9,10, 12]	Стандарти мерчандайзингу. Організація контролю продажів. Ефективність збутової діяльності.

Перелік соціальних, «м'яких» навичок (soft skills)	
<ul style="list-style-type: none"> - Комунікативні навички - Вміння критично мислити - Уміння знаходити мету - Уміння працювати в команді - Уміння аргументувати свою думку - Уміння надихатися новими ідеями - Вміння організуватися в команду - Вміння розв'язувати комплексні складні проблеми і задачі - Вміння входити в групу або колектив і вносити свій внесок 	
Форми та методи навчання	
<p>Вивчення дисципліни досягається інформаційним, ілюстративним та проблемним методами навчання.</p> <p>– лекції супроводжуються демонстрацією схем, таблиць з мультимедійним супроводом. На практичних заняттях розглядаються та розв'язуються задачі, наближені до реальних ситуацій: використовується роздатковий матеріал</p>	

(наочність) для формування у студентів системного мислення, розвитку пам'яті;

- проводиться дискусійне обговорення проблемних питань;
- задаються провокаційні питання.

Навчання супроводжується опрацюванням нормативної, навчальної літератури, а також періодичних видань.

При викладанні навчальної дисципліни для активізації навчального процесу передбачено застосування сучасних навчальних технологій, таких, як: проблемні лекції, робота в малих групах, семінари-дискусії, кейс-метод, метод мозкового штурму, метод вільних асоціацій, метод обговорення тематичних зображень, метод "переваги та недоліки", метод "Робота в мережі", ділові ігри, екскурсійні заняття.

Проблемні лекції спрямовані на розвиток логічного мислення студентів. Коло питань теми лекції обмежується двома-трьома ключовими моментами, увага студентів концентрується на матеріалі, який не знайшов відображення в підручниках, використовується досвід закордонних навчальних закладів з роздаванням студентам під час лекції друкованого матеріалу та виділенням головних висновків з питань, що розглядаються.

Міні-лекції передбачають викладення навчального матеріалу за короткий проміжок часу і характеризуються значною ємністю, складністю логічних побудов, образів, доказів та узагальнень. Міні-лекції проводяться, як правило, як частина заняття-дослідження. На початку проведення міні-лекції за вказаними темами лектор акцентує увагу студентів на необхідності представити викладений лекційний матеріал у так званому структурно-логічному вигляді. На розгляд виносяться питання, які зафіксовані у плані лекцій, але викладаються вони стисло.

Робота в малих групах дає змогу структурувати лекційні або практично-семінарські заняття за формою і змістом, створює можливості для участі кожного студента в роботі за темою заняття, забезпечує формування особистісних якостей та досвіду соціального спілкування. Після висвітлення проблеми (при використанні проблемних лекцій) або стислого викладання матеріалу (при використанні міні-лекцій) студентам пропонується об'єднуватися у групи по 5 – 6 осіб і презентувати наприкінці заняття своє бачення та сприйняття матеріалу.

Презентації – виступи перед аудиторією, що використовуються для представлення певних досягнень, результатів роботи групи, звіту про виконання індивідуальних завдань. Однією з позитивних рис презентації та її переваг за умови використання в навчальному процесі є обмін досвідом, який здобули студенти під час роботи в певній малій групі.

Семінари-дискусії передбачають обмін думками та поглядами учасників щодо даної теми, а також розвивають мислення, допомагають формувати погляди і переконання, виробляють вміння формулювати думки і висловлювати їх, вчать оцінювати пропозиції інших людей, критично підходити до власних поглядів.

Ділові та рольові ігри – форма активізації студентів, внаслідок якої вони задіяні в процесі інсценізації певної виробничої ситуації в ролі безпосередніх учасників подій.

Обговорення тематичних зображень дає змогу візуально сприймати інформацію, сприяє розвитку асоціативного мислення та кращому засвоєнню матеріалу.

Порядок та критерії оцінювання

Для досягнення цілей та завдань курсу студентам потрібно засвоїти теоретичний матеріал та здати модульні контролі знань, а також вчасно виконати практичні завдання. В результаті можна отримати такі обов'язкові бали:

- 60 балів - за вчасне та якісне виконання завдань практичних занять та інших поточних завдань, що становить поточну (практичну) складову його оцінки;
- 40 балів – модульні контролі (20+20).

Всього 100 балів.

Додаткові бали студентам також можуть бути зараховані за конкретні пропозиції з удосконалення змісту навчальної дисципліни. Положення про семестровий поточний та підсумковий контроль навчальних досягнень здобувачів вищої освіти <http://ep3.nuwm.edu.ua/15311/>.

Модульний контроль проходитиме у формі тестування на університетській платформі MOODLE.

Поєднання навчання та досліджень

Студенти мають можливість додатково отримати бали за виконання індивідуальних завдань дослідницького характеру, а також можуть бути долучені до написання та опублікування наукових статей з тематики курсу.

Інформаційні ресурси

Рекомендована література

Базова

1. Мальчик М.В. Інформаційне забезпечення організації рефлексивних впливів у маркетинговій діяльності підприємства / М.В. Мальчик, І.О. Оплачко // Розвиток маркетингу в умовах інформатизації суспільства : [колективна монографія] / під заг. ред. професора Пилипчука В.П. – Київ: КНЕУ, 2018. – 854 с.
2. Мальчик М.В. Рефлексивное управление конкурентоспособностью промышленных предприятий : моногр. // Донецк-Ровно : ЧП Лапсюк В.А., 2010. – 216 с.
3. Маркетинг у галузях і сферах діяльності [Текст] : навч. посіб. / За ред. І.М. Буднікевич. – К. : ЦУЛ, 2013. – 536 с.
4. Маркетинг: Навч. посібник / М.В. Мальчик, Н.А. Гонтаренко, О.В. Попко, З.О. Толчанова, Б.О.Король, О.В. Мартинюк, С.І. Коваль; за заг. ред. д.е.н., проф.. Мальчик М.В. – Рівне: НУВГП, 2014. – 444 с.
5. Маркетингово-логістичні процеси в економіці: теорія та практика : монографія / М. В. Мальчик, О. В. Попко, Н. А. Гонтаренко [та ін.] ; за ред. М. В. Мальчик. – Рівне : НУВГП, 2015. – 197 с.

Допоміжна

6. Аун М., Це ж клієнт, дурнику / Аун М. ; пер. Т. Мухамедшина. - Харків : Фабула, 2019. - 240 с.
7. Батирєв М., 45 татуювань продавана: правила для тих, хто продає і керує продажами/ М. Батирєв; пер. О. Кожушко, голов. ред. А.А. Клімов - Харків : Фабула, 2017. - 328 с.
8. Бер Д., Привітайте своїх хейтерів. Як позитивно ставитися до скарг і утримувати своїх клієнтів / Бер Д., пер. М. Хандога. - Харків : Фабула, 2019. - 240 с.
9. Гобен Б, За лаштунками імперії Мюльє. Справжня історія сімейного клану, що створив мережу гіпермаркетів «Ашан» / Бертран Гобен ; пер. з фр. О. Чувірова.— Харків : Вид-во Фабула, 2018. — 304 с.
10. Голмс Ч., Ідеальна машина продажів / Чет Голмс ; пер. І. Семенюк. - Харків : Фабула, 2019. - 288 с.
11. Жигілій Є., Майстер дзвінка. Як пояснювати, переконувати і продавати телефоном / Жигілій Є., - Дніпро : Моноліт-Bizz, 2019. – 373 с.
12. Манн І., Маркетинг без бюджету. 50 дієвих інструментів / Манн І., - Дніпро : Моноліт-Bizz, 2018. – 311 с.
13. Піщак О., Аудит продажу. Дистрибуція. / Піщак О., Горлін Д., Бекіров А. – Самміт-книга, 2020. – 165 с.

Інформаційні ресурси

14. Кабінет Міністрів України. URL : <http://www.kmu.gov.ua/>
15. Законодавство України . URL : <http://rada.gov.ua/>
16. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
17. Національна бібліотека ім. В. І. Вернадського. URL : <http://www.nbuv.gov.ua/>

18. Рівненська обласна універсальна наукова бібліотека (м. Рівне, пл. Короленка, 6). URL : <http://libr.rv.ua/>
19. Рівненська централізована бібліотечна система (Київська, 44, Рівне)). URL : <https://www.facebook.com/cbs.rivne/>
20. Наукова бібліотека НУВГП (м. Рівне, вул. Олекси Новака, 75). URL : http://nuwm.edu.ua/MySQL/page_lib.php

Методичне забезпечення

21. Інформаційні ресурси у електронному репозиторії Національного університету водного господарства та природокористування. URL : <http://ep3.nuwm.edu.ua/view/types/metods/>:
22. Опорний конспект лекцій (на електронному і паперовому носіях) за всіма темами курсу, у тому числі і для самостійного вивчення.
23. Пакети тестових завдань з кожної теми та в цілому по всьому курсу дисципліни.

Дедлайни та перескладання

Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (75% від можливої максимальної кількості балів за вид діяльності балів). Перескладання модулів відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин (наприклад, лікарняний).

Усі письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями не більше 20%.

Списування під час контрольних робіт та екзаменів заборонені (в т.ч. із використанням мобільних девайсів). Мобільні пристрої дозволяється використовувати лише під час он-лайн тестування.

Ліквідація академічної заборгованості здійснюється згідно «Порядку ліквідації академічних заборгованостей у НУВГП», <http://ep3.nuwm.edu.ua/4273/>. Згідно цього документу і реалізується право студента на повторне вивчення дисципліни чи повторне навчання на курсі. Перездача модульних контролів здійснюється згідно: <http://nuwm.edu.ua/strukturi-pidrozdili/navch-nauk-tsentr-nezaleznoho-otsiniuvannia-znan/dokumenty>.

Оголошення стосовно дедлайнів здачі частин навчальної дисципліни відповідно до політики оцінювання оприлюднюються на сторінці даної дисципліни на платформі MOODLE за календарем: <https://exam.nuwm.edu.ua/course/view.php?id=694>

Неформальна та інформальна освіта

Студенти мають право на визнання (перезарахування) результатів навчання, набутих у неформальній та інформальній освіті згідно з відповідним Положенням: <http://nuwm.edu.ua/sp/neformalna-osvita>.

Зокрема студенти можуть самостійно проходити онлайн-курси на таких навчальних платформах, як Prometheus, Coursera, edEx, edEra, FutureLearn та інших, для наступного перезарахування результатів навчання. При цьому важливо, щоб знання та навички, що формуються під час проходження певного онлайн-курсу чи його частин, мали зв'язок з очікуваними навчальними результатами даної дисципліни (освітньої програми) та перевірялись в підсумковому оцінюванні.

Практики, представники бізнесу, фахівці, залучені до викладання

До викладання курсу долучаються представники державних та приватних підприємств та організацій України та інших держав.

Правила академічної доброчесності

Списування під час проведення модульного контролю чи підсумкового контролю, передбачає позбавлення студента подальшого права здавати матеріал і у нього виникає академічна заборгованість.

За списування під час виконання окремих завдань, студенту знижується оцінка у відповідності до ступеня порушення академічної доброчесності.

<p>Онлайн курс «Академічна доброчесність» викладений за посиланням: https://vumonline.ua/course/academic-integrity-at-the-university/ та на сайті університету http://nuwm.edu.ua/sp/akademichna-dobrochesnistj.</p> <p>Студент зобов'язаний дотримуватися Кодексу честі студентів НУВГП, який встановлює загальні моральні принципи та правила етичної поведінки осіб, які навчаються в університеті, та якими вони мають керуватися у своїй діяльності: http://ep3.nuwm.edu.ua/4917/1/Кодекс%20честі%20студентів%20зах.pdf.</p> <p>Письмові роботи перевіряються на наявність плагіату і допускаються до захисту із коректними текстовими запозиченнями встановленими Положенням про виявлення та запобігання академічного плагіату в НУВГП:</p> <p>Принципи доброчесності у НУВГП та відповідність показникам забезпечення якості вищої освіти регламентовано НАЗЯВО та положеннями відділу якості освіти НУВГП.</p> <p>Сайт НАЗЯВО: https://naqa.gov.ua/</p> <p>Відділ якості освіти НУВГП: https://nuwm.edu.ua/strukturni-pidrozdili/vyo/dokumenty</p>	
Вимоги до відвідування	
<p>Лекції та практичні заняття відбуваються в офлайн або онлайн режимі згідно розкладу.</p> <p>Консультації будуть проводитися онлайн за допомогою Google Meet за кодом у домовлений зі студентами час.</p> <p>Відвідування занять є обов'язковим компонентом оцінювання. За об'єктивних причин (наприклад, хвороба, міжнародне стажування тощо) навчання може відбуватись в он-лайн формі (змішана форма навчання) за погодженням із керівником курсу.</p> <p>Здобувачі можуть на заняттях використовувати мобільні телефони та ноутбуки, але виключно в навчальних цілях з даної дисципліни.</p>	
Оновлення	
<p>Зміст даного курсу оновлюється за необхідністю з урахуванням змін у законодавстві України, наукових досягнень та сучасних практик у сфері туризму.</p> <p>Студенти можуть долучатись до оновлення дисципліни шляхом подання пропозицій викладачу стосовно новітніх змін у галузі. За таку ініціативу студенти можуть отримати додаткові бали.</p>	
Академічна мобільність. Інтернаціоналізація	
<p>Інформація щодо іноземних сайтів, які може використати студент для вивчення даної дисципліни за окремими темами наводиться в презентаціях освітньої компоненти представлених в системі Moodle.</p> <p>Також для поглибленого вивчення дисципліни здобувачам освіти пропонуються міжнародні інформаційні ресурси в мережі Інтернет:</p> <p>ProQuest https://about.proquest.com/products-services/ebooks/ebooks-main.html</p>	

Лектор

Мальчик М.В., проф., д.еко.н.

Асистент

Коротун О.П., ст.викл. кафедри маркетингу